

**PENGARUH BERITA INFOTAINMENT KISS TERHADAP GAYA HIDUP  
MAHASISWI (Studi Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu  
Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan  
2010 Universitas Islam Negeri Sultan  
Syarif Kasim Riau)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



**OLEH :**

**DWI HARYATI  
NIM.10943007611**

**PROGRAM S.1  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
2013**

## ABSTRAK

**JUDUL        PENGARUH BERITA INFOTAINMENT KISS TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWI (Studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).**

Penelitian ini dilaksanakan pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (Studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010). Dunia pertelevisian merupakan media dari komunikasi massa, sebagai alat informasi yang mudah dipahami dan mudah mempengaruhi masyarakat penonton baik itu dari kalangan orang tua, anak – anak dan remaja. Salah satu acara yang disiarkan yaitu Berita Infotainment Kiss yang menayangkan Kisah Seputar Selebritis. Fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (Studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010) yaitu Cara berpakaian yang kurang mencerminkan standar Islam padahal mereka berada di kalangan Kampus Islami seperti menggunakan rok transparan, baju kaos, gaya berbicara dan cara bergaul dengan lawan jenis.

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh berita *infotainment* kiss terhadap gaya hidup mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah 10 % dari 198 orang maka jumlahnya 66 orang mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, dan dijadikan subjek penelitian. Dengan menggunakan teknik random sampling menggunakan rumus Slovin yaitu dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10 %

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif Untuk mendapatkan data yang diperlukan penulis menggunakan penyebaran angket. Kemudian diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS (Statistical Product and Services Solutions), Analisa yang penulis lakukan yaitu menggunakan analisa regresi linear sederhana.

Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh *Infotainment* Kiss terhadap gaya hidup Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau ini dibuktikan dengan nilai T.Hitung senilai 2,272 % yang berarti > dari T.tabel senilai 2.00 dan nilai Koenfisien Determinasi ( $R^2$ ) senilai 7,5 %. Yaitu Variabel X (Berita Infotainment Kiss) mempengaruhi Variabel Y (Gaya hidup mahasiswa) **Sedikit mempunyai pengaruh dengan jumlah nilai 7,5 %.**

## **DAFTAR ISI**

### **ABSTRAK**

### **KATA PENGANTAR**

### **DAFTAR ISI**

### **DAFTAR TABEL**

### **BAB I      PENDAHULUAN**

A.Latar Belakang .....	1
B.Alasan Pemilihan Judul .....	7
C.Permasalah .....	8
1. Identifikasi Masalah .....	8
2. Batasan Masalah .....	8
3. Rumusan Masalah .....	8
D.Penegasan Istilah .....	9
1. Pengaruh Berita Infotainment.....	9
2. Kiss (Kisah Seputar Selebritis) .....	10
3. Gaya Hidup.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1. Tujuan Penelitian.....	10
2. Kegunaan Penelitian .....	10
F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional .....	11
1. Kerangka Teoritis .....	12
2. Konsep Operasional.....	30
H. Metodologi Penelitian.....	33
1. Lokasi Penelitian .....	33
2.Subjek dan Objek Penelitian .....	33
3. Populasi dan Sampel.....	34

4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
5. Teknik Analisa dan Penyajian Data .....	35
I. Sistematika Penulisan .....	37
<b>BAB II</b>	<b>GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN</b>
A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru.....	39
B. Visi, Misi, Tujuan dan Kompetensi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru.....	43
C. Dosen tetap Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi .....	45
D. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.....	46
<b>BAB III</b>	<b>PENYAJIAN DATA</b>
A. Identitas Responden .....	47
B. Variabel X (Berita Infotainment Kiss) .....	49
C. Variabel Y (Gaya Hidup) .....	58
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISA DATA</b>
A. Uji Validitas dan Realibilitas .....	70
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (Berita Infotainment Kiss) .....	71
2. Uji Reabilitas dan Reliabilitas Variabel Y (Gaya Hidup) .....	74
B. Uji Normalitas .....	78
C. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	79
D. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	81
E. Pengujian Signifikan Uji F.....	82
F. Pengujian Signifikan Uji t .....	84
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	86

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Perjurusan Tahun 2012/2013 .....	43
Tabel III.1	Identitas Responden.....	47
Tabel III.2	Umur Responden .....	48
Tabel III.3	Mengetahui Tentang Acara Berita Infotainment Kiss.....	49
Tabel III.4	Dalam Seminggu Menonton Infotainment Kiss .....	49
Tabel III.5	Waktu Menonton Infotainment Kiss .....	50
Tabel III.6	Waktu Penayangan Infotainment Kiss sudah sesuai dengan waktu yang ditetapkan .....	51
Tabel III.7	Infotainment Kiss Menayangkan durasi acara yang membosankan .....	52
Tabel III.8	Menyukai Gaya Bicara Presenter Berita Infotainment Kiss.....	53
Tabel III.9	Tertarik Gaya Pakaian Artis yang Ada di Infotainment Kiss.....	53
Tabel III.10	Tayangan yang ada di Infotainment seperti Perceraian dan Pembunuhan serta Prestasi Bisa Menambah Pengertahuan .....	54
Tabel III.11	Infotainment Kiss Memberikan Hal-hal Baru yang Terjadi di Dunia Selebritis.....	55
Tabel III.12	Infotainment Kiss Memberikan Fakta-fakta yang Terjadi di Dunia Entertainment.....	56
Tabel III.13	Berita Infotainment Kiss Salah Satu Infotainment yang Menarik.....	56
Tabel III.14	Infotainment Kiss Mengajak Untuk Selalu Menonton Acara Tersebut.....	56

Tabel III.15	Menggunakan Pakaian Tren Masa Kini Layaknya Selebritis .....	58
Tabel III.16	Menggunakan Bahasa Gaul .....	59
Tabel III.17	Meniru Gaya Potong Rambut Para Selebritis .....	59
Tabel III.18	Memakai Aksesoris Seperti layaknya Aksesoris yang dipakai Oleh Para Selebritis .....	60
Tabel III.19	Memakai Aksesoris seperti Soflen Mata dan Bulu Mata Palsu seperti selebritis yang ada di Infotainment Kiss .....	61
Tabel III.20	Membeli Barang-barang Bermerk .....	62
Tabel III.21	Mengoleksi Sepatu Bermerk .....	63
Tabel III.22	Meniru Gaya Berjilbab Selebritis .....	63
Tabel III.23	Meniru Gaya Hidup Mewah Seperti Selebritis .....	64
Tabel III.24	Memakai Perhiasan yang Mewah Seperti Selebritis .....	65
Tabel III.25	Meniru Gaya Bermek Up Para Selebritis .....	66
Tabel III.26	Bersentuhan dengan Orang Lain Tanpa Mukhrim .....	66
Tabel III.27	Berpegangan Tangan di Depan Umum/Tidak Umum .....	68
Tabel III.28	Berpelukan Di Tempat Umum/Tidak Umum .....	69
Tabel IV.1	Nilai Validitas Variabel X (Berita Infotainment Kiss) .....	72
Tabel IV.2	Nilai Reabilitas Variabel X (Berita Infotainment Kiss) .....	74
Tabel IV.3	Nilai Validitas Variabel Y (Gaya Hidup) .....	75
Tabel IV.4	Nilai Reabilitas Variabel Y (Gaya Hidup) .....	78
Tabel IV.5	Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual .....	79
Tabel IV.6	Coefficients <sup>a</sup> .....	80
Tabel IV.7	Model Summary <sup>b</sup> .....	81

Tabel IV.8	ANOVA <sup>b</sup> .....	83
Tabel IV.9	Hasil Perhitungan Uji t .....	84



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

*Infotainment* tumbuh dan mulai menguasai tayangan televisi Indonesia menggantikan tayangan lainnya. Menurut pengamatan penulis, sebatas memang tidak berbeda tayangan hiburan dan *infotainment*. Bedanya, *infotainment* merupakan tayangan gosip para pekerja seni (selebriti) yang dibuat melalui penelusuran atau investigasi. Dikaitkan dengan jurnalisme, tampaknya *infotainment* merupakan spesifikasi baru. Lahir di Indonesia setelah dipromosikannya investigasi reporting yakni jurnalisme yang menganut paham pendalaman.

*Infotainment* merupakan salah satu jenis Program acara televisi yang memadukan antara *news* dengan *entertainment*. Konsep program acara seperti ini berasal dari pemikiran bahwa acara berita yang bersifat kaku dan monoton. Dalam menyiasati hal tersebut, diproduksi *Infotainment* yang mengemas informasi dipadu dengan hiburan, sehingga terkesan lebih santai dan mudah dicerna (Haryanto, 2006: 15).

Acara yang disiarkan televisi tersebut yang bersifat audio visual mempunyai pengaruh besar terhadap penonton. Dan pengaruh ini bisa positif dan negative sebab itu usaha yang harus dipikirkan dan yang harus dilakukan, ialah bagaimana pengaruh positifnya dapat ditingkatkan sedang pengaruh ini bisa positifnya dapat ditingkatkan sedang pengaruh negatifnya dapat ditekan seminimal mungkin. Hal ini banyak bergantung kepada mata acara dan mutu siaran yang disalurkan melalui jaringan televisi, tidak kurang pentingnya pengawasan orang tua terhadap anak-anaknya yang gemar menonton siaran televisi (Rousydiy, 1989:221).

Masyarakat sebagai lingkungan tertier (ketiga) adalah lingkungan yang terluas bagi remaja dan sekaligus paling banyak menawarkan pilihan. Dengan maju pesatnya perkembangan teknologi komunikasi massa, hampir tidak ada batas geografis, etnis, politis, maupun social antara masyarakat dengan masyarakat lainnya (Sarwono, 1901:130).

Kepribadian anak usia remaja adalah paling mudah dipengaruhi atau masih labil, mereka saat ini masih sibuk untuk mencari jati dirinya dan ingin mengetahui hal-hal apa saja yang mereka ingin tahu. Prilaku menyimpang dikalangan mahasiswa memang sudah meresahkan orang tua, dosen, dan masyarakat.

Hal ini terjadi dikarenakan mereka kini menjadi seorang mahasiswi yang mereka anggap mereka telah dewasa dan bisa bertanggung jawab atas semua yang mereka lakukan, kebanyakan mahasiswi yang hidup mandiri atau tinggal di kos-kosan yang mengakibatkan kurangnya perhatian dari orang tua, oleh sebab itu, maka munculah dampak-dampak negatif yang ditimbulkan dari acara televisi yang mereka lihat di televisi salah satunya adalah *infotainment*, karena remaja putri cenderung menyukai acara ringan dan hiburan, sehingga hal tersebut mereka adopsi untuk inspirasi hidup.

Berita *infotainment* Kiss sudah ditayangkan oleh salah satu stasiun televisi swasta sejak tahun 1990, tepatnya pada tanggal 11 November 1996 acara ini selalu mengalami berbagai perubahan, terutama pada host atau presenter yang membawakan acara tersebut mulai dari Eko Patrio sampai pada Ruben Onsu yang berkarakter lucu dan menarik.

Acara gosip yang satu ini sangat populer pada saat itu apalagi ditahun 1990 memang belum terlalu banyak Stasiun televisi yang menyuguhkan *infotainment* seperti ini. Berbeda dengan saat ini semua orang bisa menemukan *infotainment* di televisi manapun dan pada jam berapapun mulai dari pagi sampai sore ([www.anneahira.com/kiss](http://www.anneahira.com/kiss). 20 juni 11:20)

Berita *infotainment* merupakan suatu fenomena yang terjadi ditengah mahasiswa sekarang, hal ini merupakan salah satu dampak dari media massa sehingga menimbulkan buah bibir yang berkepanjangan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Berita *Infotainment Kiss* (Kisah Seputar Selebritis) merupakan tayangan andalan *infotainment* di Indosiar, ranting yang tinggi menunjukkan bahwa acara ini merupakan salah satu acara favorit pemirsa tanah air. Acara *infotainment Kiss* dan Silet (RCTI) merupakan acara *infotainment* dua teratas rating di jajaran acara *infotainment* tanah air. Berita yang dibawakan pada acara kedua *infotainment* ini memang jauh berbeda yakni sama – sama mengupas dan mengulik kasus secara mendalam. Yang membedakan antara *Kiss* dan *Silet* adalah pada *Kiss* lebih Update karena *Kiss* ada 2 bagian yakni *Kiss pagi*, *Kiss Sore*, dan yang paling menonjol dari *Kiss* adalah hostnya yang melontarkan komentar – komentar pedas membuat penikmat acara *infotainment* menjadi lebih antusias dengan berita yang disajikan.

Gaya hidup setiap orang sudah pasti berbeda, tergantung pada selera serta lingkungan masing-masing individu. Dalam hal ini, status sosial juga sangat berpengaruh terhadap lifestyle. Artis yang notabene memiliki harta yang berlimpah terkenal berfoya-foya, pesta, shopping, dan dugem. Sudah banyak kasus di mana kalangan biasa yang mengikuti gaya hidup artis idolanya, mulai dari fashion, nada bicara, hingga social interactions. Namun, tidak semua artis memiliki gaya hidup yang negatif, masih banyak pula yang positif bahkan berdampak bagi sesamanya. Seperti Gaya hidup artis Indonesia secara umum sangat mewah dan terkesan glamour. Seperti pada waktu lalu artis bernama Syahrini baru belanja dari hongkong untuk membeli barang barang mewah, yang tak jarang menimbulkan kecemburuan wanita Indonesia dari kalangan menengah ke bawah. Bayangkan saja sekali belanja bisa menghabiskan dana hingga 1 milyard

rupiah. Sebuah jumlah yang tidak sedikit, tetapi luar biasa sangat banyak dan hanya bisa dinikmati oleh kalangan ekonomi elit di negeri ini. (Budiono, 2013, 15 maret 12:30)

Berbagai macam acara televisi selalu hadir di hadapan pemirsa seperti jenis musik, film, drama, maupun informasi kasus. Hal tersebut akan mempengaruhi konsep diri pemirsa untuk berbuat sesuatu sesuai keinginan yang berasal dari informasi tayangan televisi tersebut. Keberadaan berbagai macam acara ini juga akan mempengaruhi pemirsa untuk membuka dirinya dalam menerima nilai-nilai budaya dan moral yang ditayangkan acara televisi. Rangsangan yang di timbulkan oleh televisi memulai program-programnya jauh lebih tinggi dibandingkan dengan media cetak. Pada televisi gambar – gambarnya bersifat audio visual dan moving, sedangkan media cetak bersifat statis. Makin besar daya pikat atau rangsangan yang di timbulkan, makin dalam pula pengaruh yang ditimbulkan. Artinya, kita akan sering teringat dan membayangkannya. Terlepas apakah media televisi berdampak positif atau negative beberapa acara televisi secara nyata telah membentuk pola kehidupan masyarakat terhadap berbagai macam informasi yang disajikan. Konsep diri pemirsa setelah menyaksikan tayangan acara televisi, jelas menentukan seberapa jauh media televisi itu mempunyai dampak yang menyentuh aspek kepribadian pemirsa secara emosional, intelektual maupun sosial.

Berita *Infotainment* bisa memberikan peluang untuk terjadinya peniruan perilaku apakah itu positif atau negative. Prilaku dipahami sebagai perwujudan dari proses psikologi yang merentang dari persepsi sampai sikap. Suatu rangsangan dalam bentuk berita *Infotainment* dipersepsi kemudian dimaknai berdasarkan struktur kognitif yang telah dimiliki seseorang. Jika tayangan tersebut sesuai, rangsangan itu akan dihayati yang menyebabkan pembentukan prilaku. Prilaku inilah yang secara kuat memberikan bobot dan warna kepada pelaku. Oleh sebab itu, prilaku diartikan sebagai kecendrungan untuk melakukan suatu tindakan.

*InfotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) adalah *Infotainment* yang ditayangkan setiap hari di Indosiar pada jam 07.00 hingga 07.30 WIB (senin – sabtu) dan jam 15.00 hingga 15.30 WIB (senin – Minggu) tentang kehidupan selalu penuh dengan warna dan kedinamisan, dalam penyajiannya sering menampilkan kasus selebritis secara langsung dan terbuka atau vulgar yang menyebabkan setiap orang yang menonton akan mengerti tentang apa yang disajikan bagaimana gaya hidupnya seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, gaya bermakeup dan sebagainya.

Fenomena yang terjadi dikalangan mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau antara lain :

1. Cara berpakaian yang kurang mencerminkan standar Islam padahal mereka berada dikalangan Kampus Islami seperti menggunakan rok transparan, baju kaos, memakai celana jins yang ketat.
2. Gaya bahasa yang tidak baku atau yang kurang sopan yang digunakan dalam berbicara sehari-hari.
3. Gaya potong rambut seperti Smuting atau rebonding yang bergaya mengikuti potongan rambut para artis.
4. Gaya berjilbab yang jadi trend di dunia entertainment yang menjadi panutan para mahasiswa.
5. Cara bermakeup yang terlalu berlebihan seperti memakai lipstik yang tebal atau menor.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang **PENGARUH BERITA INFOTAINMENT KISS TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWI (Studi Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau)**

## **B. ALASAN PEMILIHAN JUDUL**

Pengaruh berita *infotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) terhadap gaya hidup mahasiswi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau Angkatan 2010 Jurusan Ilmu Komunikasi ini, peneliti angkat berbagai pertimbangan antara lain:

1. Permasalahan ini menarik untuk diteliti karena, dengan adanya penelitian ini peneliti bisa melihat serta menggambarkan bentuk dari pengaruh BeritainfotainmentKiss (Kisah Seputar Selebritis) terhadap gaya hidup mahasiswi di Kampus Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Penulisan tertarik pada ini karena penulis merasa terpenggil untuk memberikan sumbangsih pemikiran dengan melakukan penelitian, dengan harapan agarmahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010) tidak terpengaruh hal - hal negatif dari *infotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis).
3. *InfotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) merupakan acara Informasi selebritis yang mengupas gaya hidup selebritis benar – benar nyata tanpa rekayasa, dua kali hadir pagi dan sore. Sehingga peneliti ingin melihat seberapa persen mahasiwi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010) terpengaruh oleh tayangan *infotainment*.

## **C. PERMASALAHAN**

## **1. Identifikasi Masalah**

- a. Bagaimana Pengaruh berita *InfotainmentKiss* terhadap gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultam Syarif Kasim Riau Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010.
- b. Apakah gaya berpakaian Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 menurut gaya berpakaian tren masa kini layaknya para Selebritis berpakaian.

## **2. Batasan Masalah**

Permasalahan di atas maka penulis membatasi permasalahan yaitu pengaruh berita *infotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) terhadap gaya hidup mahasiswi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010)

## **3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh berita *infotainment* terhadap gaya hidup mahasiswi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010).

## **D. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari terjadinya kesalah pahaman dalam penyimpangan dalam judul penelitian ini, maka perlu dikemukakan atau diberi penegasan beberapa istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini yaitu:

a. Pengaruh Berita *Infotainment*

Pengaruh berita *Infotainment* adalah dimana melalui penonton dapat merasa lebih dekat dengan selebriti yang gaya hidupnya jauh di awang – awang, jarak jauh itu akan terjembatani oleh adanya *Infotainment*, sehingga mempengaruhi penonton yang membuatnya seolah-olah menjadi bagian dari selebriti, yang mengakibatkan gaya hidup para selebritipun akhirnya diadopsi menjadi gaya hidup penontonnya (Nadhinrin, 2013: 2 feb 11:21)

b. Kiss (Kisah Seputar Selebritis)

Kiss (Kisah Seputar Selebritis) merupakan acara berita informasi selebritis atau *infotainment* yang disiarkan stasiun Televisi swasta yaitu Indosiar, Acara ini mengungkapkan fakta-fakta berupa kejadian seputar misteri, kehidupan para selebriti, atau tragedi yang mengguncang kehidupan selebriti. Kiss akan membawa warna tersendiri bagi para pemirsa dan akan menjadi pilihan pertama acara yang diminati. *infotainment* ini selalu menceritakan tentang kehidupan selalu penuh dengan warna dan kedinamisan, dalam penyajiannya sering menampilkan kasus selebritis secara langsung dan terbuka atau vulgar yang menyebabkan setiap orang yang menonton akan mengerti tentang apa yang disajikan bagaimana gaya hidupnya seperti gaya berpakaian, gaya berbicara dan cara bermakeup sebagainya.

c. Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia didalam masyarakat. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan



masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1988: 651)

## **E. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan di atas, maka dapat dirumuskan tujuan peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh berita *infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis) terhadap gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010)

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Dapat dijadikan sebagai rujukan yang praktis bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pengaruh berita *Infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis) terhadap gaya hidup mahasiswi, sehingga diharapkan kepada orang tua lebih berperan aktif terhadap gaya hidup anaknya.
- b. Untuk memperluas wawasan dan cara berpikir dalam kajian ilmiah juga untuk memperdalam pengetahuan bagi penulis khususnya dalam bidang jurnalistik.

## **F. KERANGKA TEORITIS DAN KONSEP OPERASIONAL**

Kerangka teoritis memuat teori-teori yang akan mempermudah menjawab permasalahan dalam teoritis. Kerangka teoritis inilah konsep operasional dirumuskan dan untuk mempermudah pelaksanaan penelitian di lapangan (Rahmat, 1996: 220).

### **1. Kerangka Teoritis**

Setiap penelitian memerlukan kerjasama titik tolak atau landasan berpikir dalam mencerahkan atau menyoroti masalah untuk itu perlu disusun kerangka teori yang membuat pokok-pokok pikiran yang menggambarkan dari sudut mana peneliti akan disoroti (Nawawi, 1993: 39-40).

#### a. Teori S-O-R

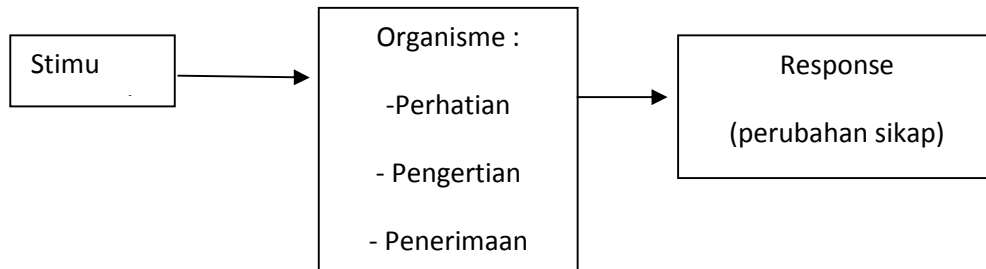
Adapun teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organisme-Response semula berasal dari psikologi, namun kemudian menjadi teori komunikasi, karena objek model dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur – unsur dalam mede ini adalah :

- 1) Pesan (*stimulus*, S) yaitu Rangsangan yang merupakan isi berita *InfotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) berupa Komunikator dan isi pesan.
- 2) Komunikan (*organisme*, O) yaitu Mahasiwi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- 3) Efek (*response*, R) atau dampak yang ditimbulkan stimulus dapat merubah sikap yaitu timbulnya perasaan suka serta minat terhadap berita *InfotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) yang mendorong komunikan untuk menonton program Berita *Infotainment Kiss* (Kisah Seputar Selebritis) tersebut, yang kemudian diwujudkan dengan tindakan komunikan untuk memilih menonton Berita *Infotainment. Kiss* (Kisah Seputar Selebritis)

Dr. Mar'at dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Jani dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru

ada tiga variabel penting yaitu : Perhatian, Pengertian, Penerimaan. Dapat dilihat pada gambar berikut

Gambar I Teori S-O-R



(Sumber Effendy, 2003:245-256)

Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Proses ini digambarkan “perubahan sikap” dan bergantung pada proses yang terjadi pada individu:

- 1) Stimulus yang diberikan ada organisme dapat diterima atau dapat ditolak, maka pada proses selanjutnya terhenti ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi organisme. Jika stimulus diterima oleh organisme berarti adanya komunikasi dan adanya perhatian dari organisme. Dalam hal ini stimulus adalah efektif dan ada reaksi.
- 2) Langkah selanjutnya adalah jika stimulus telah mendapat perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus.
- 3) Pada langkah selanjutnya adalah bahwa organisme dapat menerima secara baik apa yang telah diolah sehingga dapat terjadi kesediaan untuk perubahan, hanya jika rangsangan yang diberikan benar-benar melebihi rangsangan semula. (Efendy,2003:245).

Pada gambar tersebut menunjukkan proses komunikasi dimulai dari sumber yang menciptakan pesan, kemudian di terima oleh Komunikan melalui saluran kawat atau gelombang udara. Pesan ditangkap oleh pesawat penerima yang merekonstruksi kembali signal itu sampai kepada tujuan, tujuan disini adalah penerima yang menjadi sasaran (Hafied,2000:43).

Dalam teori diatas berlaku kepada televisi sebagai sarana yang digunakan oleh mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010) dalam menonton tayangan televisi yang menciptakan pesan selanjutnya diterima oleh komunikan melalui kabel kawat dan langsung diterima mahasiswi. Dalam proses ini tidak lepas dari gangguan (noise), dengan noise itu akan menyebabkan gangguan yang dapat mempengaruhi perbedaan-perbedaan.

Oleh karna itu untuk menentukan pengaruh berita *infotainment* terhadap gaya hidup mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010) maka perlu adanya tinjauan terhadap pengertian berita *infotainment* itu sendiri sebagai berikut :

b. Berita *infotainment*

Berita adalah fakta atau informasi yang ditulis oleh wartawan dan dimuat dalam media pers baik itu surat kabar, majalah, radio, maupun televisi (Widodo,1997:17). Sedangkan menurut (Totok, 2000:6) berita berasal dari bahasa sansakerta yaitu *virt* yang bahasa inggrisnya disebut *vrite*, dengan arti sebenarnya adalah ada atau terjadi, sebagian ada yang menyebut *vritta* artinya kejadian atau kejadian yang telah terjadi, *vritta* dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi berita atau warta.

*Infotainment* adalah hiburan, program acara televisi yang memadukan antara berita dan hiburan. Dapat disimpulkan bahwa berita *infotainment* adalah berita yang menyajikan informasi

mengenai kehidupan orang-orang yang telah dikenal masyarakat yang disebut dengan selebritis atau artis yang sebagian besar dari mereka adalah pekerja yang berada di industri hiburan seperti pemain film, sinetron, penyanyi, maka berita tentang mereka disebut dengan *infotainment* (ardhani, 2013 mei,10:00)

Seorang pembuat berita harus menjaga objektivitas dalam pemberitaan yang dibuat artinya berita hanya menyajikan apa adanya. Jika itu berasal dari keduanya sehingga tidak menimbulkan permasalahan. Begitu juga dalam membuat berita *infotainment* yang telah disiarkan oleh media televisi dimana mereka harus mampu menyajikan dan menyeimbangkan jika terjadi atau timbul dua permasalahan (narasumber) secara objektivitas, sehingga masyarakat tertarik untuk menonton.

Selain itu penulis harus mampu membedakan mana fakta, opini, interpretasi dan sebagainya, dengan demikian berita yang disampaikan kepada masyarakat tidak membingungkan dan yang pasti mudah dipahami. Untuk menulis berita baik itu media cetak, televisi, radio, tidaklepas dari unsur – unsur berita yang dimuat sehingga menarik perhatian pembaca dan pendengar. Adapun unsur adalah

- a) Aktual atau baru (terkini) adalah berita yang disajikan baru dan sedang terhangat saat ini.
- b) Jarak adalah tentang lokasi atau letak berita tersebut.
- c) Terkenal adalah terkenal objek atau orang yang diberitakan, karena hal tersebut sangat berpengaruh.
- d) Keluarbiasaan adalah hebatnya dari sebuah berita lain dari yang lain.
- e) Akibat adalah segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan, dan lainnya yang dapat akibat merugikan atau menyenangkan orang banyak merupakan bahan berita yang menarik.

- f) Ketegangan adalah adanya ketegangan dalam penulisan berita tersebut
- g) Pertentangan adalah pertentangan yang ada menjadi hal yang menarik untuk diberitakan.
- h) Seks
- i) Kemajuan adalah merupakan hal yang menarik apabila diolah dengan baik.
- j) Emosi
- k) Humor adalah hiburan yang disajikan (Totok,2000:48)

Begitu juga dengan berita *infotainment* yang terdapat pada acara yang disiarkan oleh televisi swasta Indosiar tidak lepas dari unsur - unsur berita yang telah ditetapkan oleh pakar komunikasi, dengan adanya unsur – unsur tersebut merupakan sebagai daya tarik tersendiri terhadap masyarakat, mereka dapat mendengarkan, menonton sehingga dapat mengetahui peristiwa apa yang terjadi saat ini dikalangan para artis.

Supaya berita itu lebih menarik bagi pendengar, pembaca tidak lepas dari nilai – nilai berita yang ditulis oleh wartawan, jika wartawan tidak mengetahui ataupun kurang memahami bagaimana penulisan nilai-nilai berita yang harus dilakukan pada penulisan berita, akan secara tidak langsung berita yang telah disampaikan tidak akan sempurna atau tidak mantap sehingga masyarakat pendengar akan menjauhi ataupun mereka tidak tertarik untuk mendengarkannya. Adapun nilai nilai berita yang harus dilaksanakan wartawan adalah :

1. *Timeline*, artinya yang tepat memilih berita yang disajikan harus sesuai dengan waktu yang dibutuhkan oleh masyarakat.
2. *Proximity* (kedekatan) yang dimaksud dengan kedekatan disini bervariasi seperti lokasi, pertalian ras, profesi, kepercayaan, kebudayaan maupun kepentingan yang berkaitan.
3. *Prominence* (orang yang terkemuka) semakin orang itu terkenal maka akan semakin menjadi bahan berita.

4. *Consekwensi*, pertimbangan yang terdapat adalah konsekuensi atau akibat, pengertiannya yaitu segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan, dan lainnya.
5. *Development* (pembangunan) merupakan materi berita yang cukup menarik apabila reporter yang bersangkutan mampu mengulasnya dengan baik.
6. *Disaster dan Crimes* (bencana dan criminal adalah dua peristiwa berita yang pasti mendapat tempat bagi pemirsa atau penonton berita yang pasti mendapatkan tempat bagi pemirsa atau penonton berita seperti gempa, banjir dan lain lain.
7. *Water* (cuaca) di Indonesia atau Negara – Negara yang berada disepanjang khatulistiwa memang tidak banyak gangguan, tetapi begitu halnya dengan Negara Eropa yang sangat mempengaruhi hari – hari kegiatan masyarakat.
8. *Sport*, berita olahraga sudah lama memiliki daya tarik, biasanya Negara sudah maju prestasi olahraga atletik dengan kekayaan.
9. *Human interest*, kisah yang membangkitkan emosi seperti lucu, sedih, romatic, merupakan peristiwa yang menarik dari segi human interest (Deddy, 2003:29-40).

*Berita infotainment* merupakan salah satu bagian informasi yang memfokuskan pemberitaan kejadian tentang kasus dan gaya hidup selebritis atau memfokuskan pemberitaan kejadian tentang kasus dan gaya hidup selebritis atau artis Indonesia, dalam penyiaran tidak lepas dari unsur yang disebut di atas. Dalam penayangan Berita *Infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis) yang dilakukan di media televisi Indosiar sangat vulgar ataupun transparan sehingga dapat dilihat oleh pemirsa dengan jelas tentang kasus selebritis, dengan demikian secara tidak sadar atau sadar dapat menimbulkan pengaruh terhadap perilaku Mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### c. Pengaruh Berita *Infotainment*

Berita *infotainment* adalah berasal dari kata berita yang berarti Berita dapat didefinisikan sebagai '*hard news*' atau "*soft news*" perbedaan ini jelas dimata konsumen tetapi kadang juga tidak. *Hard news* (berita hangat) punya arti penting bagi banyak pembaca, pendengar, dan pemirsa karena biasanya berisi kejadian yang "terkini" yang baru saja terjadi atau akan terjadi dimanapun halnya. Menurut (Tate,2008:2-3) *infotainment* adalah berasal dari kata information dan entertainment yang berarti memberikan hiburan.

Pengaruh juga menyangkut penyesuaian diri terhadap lingkungan, seperti makan dan minum sendiri, berpakaian sendiri, menanti peraturan, membangun komitmen bersama dalam kelompok dan sejenisnya (Alisyahbana,dkk 1984).

Pengaruh berita *infotainment* adalah melalui penonton dapat merasa lebih dekat dengan selebritis yang gaya hidupnya jauh di awang awang. Jarak yang jauh itu akan terjembatani oleh adanya *infotainment*, sehingga mempengaruhi penonton yang membuatnya seolah-olah menjadi bagian dari selebritis, yang mengakibatkan gaya hidup para selebriti pun akhirnya di adopsi menjadi gaya hidup penontonnya (Nadhin, 2013: 2 Maret 11:21).

Adapun pengaruh dalam penelitian disini adalah pengaruh yang timbul dari pemberitaan *infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis) yang disiarkan oleh siaran Indosiar yang membahas peristiwa sekitar artis atau selebritis atau sebuah informasi yang berhubungan dengan gaya hidup selebritis yang cenderung bebas dan dapat mengakibatkan hal-hal yang kurang terpuji. Pengaruh bisa disebut efek atau pengaruh, efek adalah hasil akhir dari komunikasi yakni sikap dan tingkah laku orang sesuai dengan yang kita inginkan, apabila sikap dan tingkah laku orang lain itu sesuai, maka berarti komunikasi itu berhasil (Widjaja, 2000:38)



Pengaruh terjadinya dalam bentuk pengetahuan, sikap dan perilaku, pada tingkat pengetahuan pengetahuan bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat, sedangkan pengaruh dapat dilihat dari personal opinion, public opinion, dan majority opinion.

- 1) *Personal Opinion* (pendapat pribadi), hal ini dapat merupakan akibat / hasil yang diperoleh dari komunikasi, personal opinion adalah sikap dan pendapat seseorang terhadap sesuatu masalah tertentu.
- 2) *Public opinion*, sering kita artikan sebagai pendapat umum. Pengertiannya adalah penilaian sosial mengenai sesuatu hal yang penting dan berarti atas dasar pertukaran pikiran yang dilakukan individu secara sadar dan rasional. Public opinion ini perlu kata sepakat dan bukan pula suatu yang bisa dihitung dengan jumlah, oleh karena itu, suatu kampanye yang di arahkan kepada pemilihan tertentu titik beratnya terhadap pada personal. Publik opini mengandung nilai nilai psikologi dalam mengarahkan personal opinion.
- 3) *Majority Opinion*, pendapat bagian besar dari publik atau masyarakat, misalnya yang harus dicapai kampanye pemilu, berhasil atau tidaknya suatu kampanye dapat diukur dari hasil atau tindaknya mencapai mayoritas dalam hasil pemilu seterusnya (Widjaja,2000:38).

Begitu juga dengan pengaruh berita *infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis) ditimbulkan kepada Mahasiswa dapat dilihat secara pribadi maupun secara umum, pengaruh itu bisa dilihat perkembangan *infotainment* semakin melonjak dan terus terjadi kasus kasus yang kurang bermoral umpama, kasus cerai, skandal foto seksi, dan lain sebagainya.

Untuk mempengaruhi Mahasiswa secara umum tentu komunikator ( televisi, radio, media cetak) harus mampu menarik perhatian sehingga masyarakat mau menonton apa yang telah mereka siarkan, menurut (Soemanto, 1998:36) ada beberapa faktor yang dapat menarik perhatian seseorang atau komunikan yaitu:

- 1) Segi objek; hal hal menarik perhatian yaitu yang keluar dari konteks nya misalnya:  
Benda yang bergerak dalam situasi lingkungan yang diam atau tenang.
  - a) Warna benda yang lain dari benda-benda sekitarnya.
  - b) Stimuli yang bereaksi berbeda dari aksi lingkungannya.
  - c) Keadaan, sifat, dan cara yang berbeda dari biasanya
  - d) Hal yang muncul mendadak dan hilang mendadak.
- 2) Segi subjek; hal – hal yang menarik perhatian adalah hal – hal yang sangat bersangkutan, misalnya:
  - a) Hal – hal yang bersangkutan paut dengan minat dan kesenangan
  - b) Hal – hal yang dengan profesi dan keahlian subjek
  - c) Hal – hal yang bersangkutan paut dengan sejarah atau pengalaman subjek
  - d) Hal – hal yang bersangkutan dengan tujuan dan cita-cita subjek.
- 3) Segi komunikator; komunikator yang membawa subjek kedalam posisi yang sesuai dengan lingkungan, misalnya:
  - a) Guru/komunikator yang memberikan pelayanan/perhatian khusus kepada subjek
  - b) Guru/komunikator yang menampilkan dirinya diluar konteks lingkungan.
  - c) Guru/komunikator yang memiliki sangkut paut dengan subjek.

Jika kita lihat media televisi dalam penyiaran informasinya kepada masyarakat ada subjek yang menarik perhatian *infotainment* Kiss (Kisah Seputar Selebritis), dimana gambar peristiwa dapat menarik perhatian, karena adanya yang bergerak. Warna peristiwa, kadang muncul kadang hilang. Selanjutnya ada faktor dari dalam diri sendiri dimana mereka ingin mengetahui yang baru terjadi.

d. Berita infotainment Kiss

*InfotainmentKiss* (Kisah Seputar Selebritis) adalah *Infotainment* yang ditayangkan setiap hari di Indosiar pada jam 07.00 hingga 07.30 WIB (senin – sabtu) dan jam 15.00 hingga 15.30 WIB (senin – Minggu) tentang kehidupan selalu penuh dengan warna dan kedinamisan, dalam penyajiannya sering menampilkan kasus selebritis secara langsung dan terbuka atau vulgar yang menyebabkan setiap orang yang menonton akan mengerti tentang apa yang disajikan bagaimana gaya hidupnya seperti

- 1) Cara berpakaian
- 2) Gaya bahasa atau Gaya berbicara
- 3) Gaya potong Rambut
- 4) Aksesoris yang digunakan
- 5) Koleksi barang yang bermerk
- 6) Gaya hidup yang Hedonisme (mewah)
- 7) Cara bermake up
- 8) Cara bergaul dengan lawan jenis

e. Gaya Hidup (*Life Style*)

Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu dan pola – pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. yang termasuk dalam gaya hidup adalah kebiasaan berbicara, cara berpakaian, pola makan, menggunakan waktu luang (David Chaney, 1996: 41).

Sedangkan menurut Assael (1984) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dan gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

## 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup (Life Style)

Menurut pendapat Armstrong (dalam Nugraheni, 2003) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Armstrong (dalam Nugraheni, 2003) menyatakan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi (Nugraheni, 2003) dengan penjelasannya sebagai berikut :

### a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

### b. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

### c. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

#### d. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya.

#### e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

#### f. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia. Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003) sebagai berikut :

##### 1.) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

## 2.) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

## 3.) Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, *prestise* hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan dalam kebudayaan. Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan - kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (*internal*) dan dari luar (*eksternal*).

Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

2. Artis – artis yang tampil di *Infotainment* Kiss dari bulan Januari sampai bulan Mei 2013 sebagai berikut :

- a.) Julia Perez
- b.) Nassar dan Musdalifah
- c.) Ardina Rasti dan Eza Gionino
- d.) Syahrini
- e.) Indah Dewi Pertiwi
- f.) Fatin Shidiqia
- g.) April Jasmine
- h.) Asyanti
- i.) Dewi Persik
- j.) Zaskia Gotik
- k.) Zaskia Adya Mecca

3. Jenis – jenis Tayangan yang ditiru Mahasiswi sebagai berikut :

- a.) Cara Berpakaian
- b.) Gaya bahasa atau Gaya berbicara
- c.) Gaya potong Rambut
- d.) Aksesoris yang digunakan
- e.) Gaya berjilbab
- f.) Koleksi barang yang bermerk

g.) Gaya hidup yang Hedonisme (mewah), pada kenyataannya ekonominya kurang memadai.

h.) Cara bermake up

i.) Berpegangan tangan tempat umum atau tidak umum

j.) Cara bergaul dengan lawan jenis

g. **Prilaku**

Prilaku adalah tingkah laku atau sikap seseorang yang seterusnya buat dimanesisfertasikan keadaan perbuatan atau perbuatan yang dihasilkan dari pengalaman pengalaman seseorang yang diterima dari lingkungannya (Zakiah, 1986: 266).

1) Jenis prilaku

Skinner membedakan prilaku menjadi : pertama prilaku alami (innete behavior) yaitu prilaku yang dibawa sejak organism dilahirkan yaitu berupa refleksi dan insting. Kedua, prilaku operan yaitu prilaku yang dibentuk melalui proses belajar. Prilaku yang refleksi merupakan prilaku yang terjadi sebagai reaksi secara spontanitas terhadap stimulus diterima oleh reseptor, langsung timbul respon melalui afektor tanpa melalui pusat kesadaran atau otak.

Prilaku non refleksi atau prilaku operan, prilaku ini dikendalikan atau diatur oleh pusat kesadaran atau otak. Dalam kaitan ini stimulus telah diterima oleh reseptor, kemudian baru menjadi respon melalui afektor. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran ini yang disebut proses psikologis. Prilaku atau aktivitas atas dasar proses psikologis ini disebut prilaku atau aktivitas psikologi (Bimo, 2003: 15)

Sedangkan prilaku dibentuk dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Cara pembentukan prilaku dengan **condition** atau kebiasaan yaitu pembentukan prilaku dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuk prilaku seperti apa yang diharapkan.



- b) Pembentukan perilaku dengan **pengertian** (insight) dimana cara belajar disertai dengan adanya pengertian.
- c) Pembentukan perilaku dengan menggunakan model atau contoh misalnya kalau orang bicara bahwa orangtua sebagai contoh yang dipimpinnyan dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini menggunakan **Teori Atribusi**, teori ini ingin menjelaskan tentang sebab-sebab perilaku orang. Apakah perilaku seseorang disebabkan disposisi internal misalnya motif sikap dan sebagainya. Ataukah keadaan internal. pada dasarnya perilaku manusia itu dapat atribusi internal tetapi juga dapat atribusi eksternal.

Dari teori diatas penelitian ini menggunakan Teori Atribusi menurutmenurut Weiner (Weiner, 1980, 1992) attribution theory is probably the most influential contemporary theory with implications for academic motivation. Artinya Atribusi adalah teori kontemporer yang paling berpengaruh dengan implikasi untuk motivasi akademik. Hal ini dapat diartikan bahwa teori ini mencakup modifikasi perilaku dalam arti bahwa ia menekankan gagasan bahwa peserta didik sangat termotivasi dengan hasil yang menyenangkan untuk dapat merasa baik tentang diri mereka sendiri.

Teori yang dikembangkan oleh Bernard Weiner ini merupakan gabungan dari dua bidang minat utama dalam teori psikologi yakni motivasi dan penelitian atribusi. Teori yang diawali dengan motivasi, seperti halnya teori belajar dikembangkan terutama dari pandangan stimulus-respons yang cukup populer dari pertengahan 1930-an sampai 1950-an.

Sebenarnya istilah atribusi mengacu kepada penyebab suatu kejadian atau hasil menurut persepsi individu. Dan yang menjadi pusat perhatian atau penekanan pada penelitian di bidang ini adalah cara-cara bagaimana orang memberikan penjelasan sebab-sebab kejadian(Kelly, 1973).

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku sebagai berikut:

- a) Dampak Kognitif adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau mengikat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran si komunikan. Seperti kepercayaan yaitu keyakinan benar atau salah sesuatu berdasarkan bukti, pengalaman dan kepercayaan menjadi dasar dalam mengambil keputusan serta menentukan sikap.
- b) Dampak Afektif lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu tapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, suka, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.
- c) Dampak behavioral yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Misal pola perilaku, tindakan, pengetahuan atau keinginan, kebiasaan dan kemauan serta kebiasaan. (Effendy, 2004:7)

## **2) Kajian Terdahulu**

Peneliti terdahulu tentang Pengaruh Iklan Rokok di Media Televisi terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap Siswa Smp Negeri 2 Dayun Kabupaten Siak (Mufrikah, 2010) mengasumsi bahwa terdapat hubungan sebab dan akibat antara sikap (attitude) dan perilaku (behavior) yaitu , sikap yang diambil individu menentukan apa yang akan mereka lakukan. Logika juga menunjukkan suatu hubungan. Bukankah sangat logis jika orang menonton acara iklan rokok di media televisi yang membawa pengaruh pada dirinya sendiri.

## **2. Konsep Operasional**

Konsepoperasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan penjelasan terhadap konsep teori. Ada dua variabel yakni variabel bebas (independen variabel/variabel x: Berita *Infotainment*di televisi. Variabel terikat (dependen variabel/variabel y: Gaya Hidup Mahasiswi dari variabel di atas dirumuskan indikator sebagai berikut:

A. Variabel X adalah Variabel bebas (Berita Infotainment Kiss). Indikator variabel X sebagai berikut :

1. Frekuensi, seberapa sering menonton tayangan Berita infotainment
2. Durasi, seberapa lama menonton tayangan infotainment
3. Gaya penyampaian pesan dalam acara berita infotainment kiss seperti gaya berbicara, gaya penyampaian pesan.
4. Berita infotainment yang ada didalam acara Kiss tentang gaya hidup seperti : Perceraian,perselingkuhan, Pernikahan, pembunuhan, reword prestasi para selebritis dan sebagainya.
5. Waktu penayangan suatu acara Infotainment Kiss
6. Aktual atau baru (terkini) adalah berita yang disajikan baru dan sedang terhangat saat ini.
7. Faktual menurut Kamus Besar Indonesia diartikan sebagai hal keadaan, peristiwa yang merupakan kenyataan; sesuatu yang benar-benar ada atau terjadi. Atau juga biasa diartikan sebagai sesuatu hal yang berdasarkan kenyataannya mengandung kebenaran.
8. Keluar biasaan adalah hebatnya dari sebuah berita lain dari yang lain.
9. Menarik seperti memikat, mengajak, membujuk, serta mencuri perhatian.

B. Variabel Y adalah Variabel bebas (Gaya Hidup Mahasiswi). Adapun indikator-indikatornya sebagai berikut:

- a) Cara berpakaian

- b) Gaya bahasa atau Gaya berbicara
- c) Gaya potong Rambut
- d) Aksesoris yang digunakan
- e) Gaya berjilbab
- f) Koleksi barang yang bermerk
- g) Gaya hidup yang Hedonisme (mewah), pada kenyataannya ekonominya kurang memadai.
- h) Cara bermake up
- i) Berpegangan tangan tempat umum atau tidak umum
- j) Cara bergaul dengan lawan jenis (David Chaney, 1996: 41)

Dari indikator diatas tidak terlepas dari dampak Kognitif, Efektif Behavioral yang menjadi faktor yang mempengaruhi dari prilaku mahasiswi.

Berdasarkan judul penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah berita infotainment kiss yang dilambangkan dengan X, sedangkan variabel terikatnya adalah gaya hidup mahasiswi jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010 universitas islam negeri sultan syarif kasim riauf yang dilambangkan dengan Y. Pemberian skor untuk jawaban angket pada pernyataan positif adalah:

- a. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban A diberi bobot 5
- b. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban B diberi bobot 4
- c. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban C diberi bobot 3
- d. Bagi reponden yang menjawab alternatif jawaban D diberi bobot 2
- e. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban E diberi bobot 1

Sedangkan pemberian skor untuk jawaban angket pada pernyataan negatif adalah:

- a. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban A diberi bobot 1

- b. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban B diberi bobot 2
- c. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban C diberi bobot 3
- d. Bagi reponden yang menjawab alternatif jawaban D diberi bobot 4
- e. Bagi responden yang menjawab alternatif jawaban E diberi bobot 5

## **G. METODOLOGI PENELITIAN**

Deskripsi kuantitatif yaitu riset yang hasil analisisnya disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentukuraian (Bungin,2005 :38). Maka penulis menggunakan teknik Regresi Sederhana dengan bantuan SPSS 16 serta dengan menggunakan teknik purposive sampling di mana diambil berdasarkan ciri-ciri tertentu.

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

#### **a. Subjek penelitian**

Subjek penelitian ini Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### **b. Objek penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh berita *infotainment*Kiss (Kisah Seputar Selebritis) terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2010 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan fenomena yang akan diteliti (Kriyantono, 2008: 151).

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang berjumlah 198 orang.

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Kriyantono, 2008: 151).

Penulis mengambil sampel dari 198 mahasiswa yaitu 66 orang, karena keterbatasan kemampuan penulis dalam meneliti keseluruhan populasi yang ada, maka untuk mendapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin yaitu dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidak telitian sebesar 10 %, dengan teknik random sampling dimana mahasiswi jurusan ilmu Komunikasi angkatan 2010 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau diambil secara acak.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{198}{1 + 198 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{198}{1 + 1,98}$$

$$n = \frac{198}{2,98}$$

n = 66,44 kemudian dibulatkan menjadi : 66 orang

Keterangan :

n = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 2 % kemudian  $e$  ini dikuadratkan, Batas kesalahan yang ditolerir ini bagi setiap populasi tidak sama. Ada yang 1%,2%,3%,4%,5% atau 10%. (Umar, 2002: 134)

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Angket**

Dengan teknik ini peneliti menyebarkan pertanyaan tertulis yang disusun dalam daftar dan menyesuaikan dengan kajian penelitian. Jumlah angket yang disebarkan sesuai dengan jumlah sampel yang berhubungan dengan penelitian ini.

##### **b. Observasi adalah pengamatan secara langsung (Pengamatan tidak terkendali)** Pada metode ini peneliti hanya mengamati, mencatat apa yang terjadi. Metode ini banyak digunakan untuk mengkaji pola perubahan perilaku remaja yang menonton *infotainment* Kiss.

##### **c. Dokumentasi adalah mengumpulkan data sekunder yang berhubungan dengan jumlah mahasiswi jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010 serta hal lain yang berhubungan dengan penelitian ini (Kriyantono,2009:95-108)**

#### **5. Teknik Analisa dan Penyajian Data**

Setelah data diperoleh, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data yang kemudian ditransformasikan kedalam angka. Kemudian data yang diperoleh dari penyebaran angket diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS (Statistical Product and Services Solutions), program ini merupakan suatu program olah data statistik yang digunakan dalam penelitian (Riduwan dan Sunarto, 2009:207)

Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh dapat dianalisa dan kemudian memudahkan dalam mengambil kesimpulan. Analisa yang penulis lakukan yaitu menggunakan analisa regresi linear sederhana :

*Regresi Linear Sederhana* adalah Jika terdapat data dari dua variabel riset yang sudah diketahui yang mana variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y, sedangkan nilai – nilai Y lainnya dapat dihitung atau diprediksi berdasarkan suatu nilai X tertentu. (Kriyantono, 2009: 182)

**Rumus :**

$$y = a + bx$$

$$a = \frac{y - b \cdot x}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot xy - x \cdot y}{n \cdot x^2 - (x)^2}$$

**Dimana :**

y = variabel terikat (dependent)

a = nilai tetap (konstan)

b = nilai kemiringan/ gradien

x = variabel bebas (independent)

(Riduwan dan Sunarto, 2009:97-98)



## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk mendapatkan gambaran umum yang jelas tentang penulisan penelitian ini, maka penulis merincikan sistematika penulisan sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah, kajian terdahulu, kerangka teoritis, hipotesis, konsep operasional, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LOKASI PENELITIAN**

Pada bab ini meliputi gambaran umum lokasi penelitian.

### **BAB III: PENYAJIAN DATA**

Pada bab ini dijelaskan tentang pengolahan data yang didapat dari penyebaran angket yang telah diberikan kepada mahasiswi jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010.

### **BAB IV : ANALISA DATA**

Pada bab ini menjelaskan analisa data yang diperoleh dari penyajian data, adapun analisa data ini untuk mempermudah menjawab permasalahan dalam penelitian.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil analisa data dan saran – saran dari penulis.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru**

Universitas Islam Negeri Sultan Kasim (UIN SUSKA) Riau merupakan pengembangan atau peningkatan status institusi dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Institut ini didirikan berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia N0.94 Tahun 1970 pada tanggal 19 September 1970. Yang terletak di dua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di Jalan K.H Ahmad Dahlan 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di Jalan H.R Soebrantas Km. 15 Simpang Baru. Tampan, Pekanbaru.

Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas Ushuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa telah berkembang dan bertambahnya fakultas dan berbagai sarana lainnya. Pada tahun 1997 dibuka Program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yuridis telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin Uin Suska Pekanbaru. (Buku Panduan Akademik, 2002:1). Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah Fakultas tersendiri sesungguhnya telah direncanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif kearah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian, yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua jurusan

tersebut sampai dengan tahun akademik 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang.

Pada tahun akademik 1996/1997 telah dilakukan peninjauan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dengan Unpad Bandung yang direalisasikan dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MOU (*Memorandum of Understanding*). Pada bulan Januari 1998 dengan Nomor : IN 13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/TU/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Usuludin (Pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MOU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers dan Grafika, untuk melengkapi dua Jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan (Buku Panduan Akademik, 2002: 2).

Untuk mewujudkan pendidikan Fakultas Dakwah pada UIN Suska Pekanbaru telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti dari Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari hasilnya adalah dikeluarkannya surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Dalam pada itu telah dilakukan seminar lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Pers dan Grafika. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar komunikasi Unpad Bandung yaitu : Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M.Si menggantikan Drs. Soleh Soemirat Dekan Fikom Unpad

Bandung yang berhalangan datang. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa.

Berbekalan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure Fakultas Dakwah telah terlahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara de facto kelahiran itu baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General pembukaan kuliah akademik 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara adalah Drs. Soleh Soemirat, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung (Buku Panduan Akademik, 2002: 3).

Pada awal pendirian jurusan Ilmu komunikasi akademik 1998/1999 hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal, namun seiring perkembangan Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi 8 (delapan) sementara dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester). Sekarang kurikulum inti berdasarkan kurikulum fakultas Ilmu Komunikasi Universita Padjajaran Bandung, Kemudian digabung dengan kurikulum institusional yang bernuansa islami.

Sementara itu Jurusan Ilmu Komunikasi belum mempunyai dosen tetap dengan latar belakang Ilmu Komunikasi. Oleh sebab itu pimpinan melakukan usaha-usaha antara lain dengan memberikan izin belajar kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneruskan pendidikannya pada Program Magister Komunikasi di Universitas Padjajaran. Untuk memenuhi tuntutan pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi maka ditempuh dengan melakukan kerja sama dengan instansi Pemerintahan, Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru antara lain, Riau Pos dan RRI Stasiun Pekanbaru. Selain itu jurusan ini mendapat bantuan dosen dari Fakultas Komunikasi UNPAD Bandung dengan sistem dosen terbang.

Adapun dari segi kepemimpinan pada jurusan ilmu komunikasi sejak tahun 1998/1999 sampai kini telah mengalami 4 kali pergantian. Pertama kali dipimpin oleh Hidayat, MA (1998-2001), suhaimi D, M.Si (2001-2003) kemudian DR. Nurdin A Halim, MA (2003-2005), Drs. Abdul Rachman (2005-2009) dan terakhir DR. Nurdin A Halim, MA (2009-sekarang).

TABEL I  
JUMLAH MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
PERJURUSAN  
TAHUN 2012/2013

No	Jurusan	Jumlah
01	BPI	246
02	KOM	1008
03	PMI	197
04	MD	235
Jumlah		1686 orang

*Sumber : Catatan Data Mahasiswa (tata Usaha)*

**B. VISI, Misi, Tujuan dan Kompetensi Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Pekanbaru.**

Adapun Visi, Misi, dan Tujuan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Pekanbaru adalah :

1. Visi

Sebagai lembaga utama untuk memajukan, mengembangkan, dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat.

2. Misi

- a) Mewujudkan sumber daya manusia yang bermutu yang mampu mengembangkan, memajukan dan menerapkan Ilmu Komunikasi secara akademik dan profesional dalam rangka penyiaran islam.
- b) Mewujudkan sumber daya manusia yang bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah islamiyah.

3. Tujuan

- a) Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik maupun praktis profesional dibidang Jurnalistik, Public Relation, dan Broadcasting.
- b) Mempersiapkan sumber daya manusia dibidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberikan konstribusi pada pengembangan keilmuan serta dengan memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi.
- c) Mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral Islam dalam mendukung misi dakwah Islamiyah.

### **C. Dosen tetap Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

- |                                 |                                     |
|---------------------------------|-------------------------------------|
| 1) Prof. Dr. Amril. M.MA        | 23) Mardiah Rubani, M.Si            |
| 2) Drs. H. Suhaimi, M.Ag        | 24) Intan Kemala, S.Sos, M.Si       |
| 3) Drs. Ginda, M.Ag             | 25) Nurjanis, S.Ag, MA              |
| 4) Masduki, M.Ag                | 26) Imron Rosidi, S.pd, MA          |
| 5) Drs. Sudirman, M.Ag          | 27) Perdamaian, Hsb, M.Ag           |
| 6) Dra. Silawati, Mpd           | 28) Firdaus El Hadi, S.Sos,M.Soc.SC |
| 7) Elfiandri, M.Si              | 29) Sudianto, S.Sos                 |
| 8) Darusman, Mag                | 30) Artis, S.Ag                     |
| 9) Drs. H. Zasri M. Ali, MM     | 31) Lisnawati, M.Ag                 |
| 10) Drs. Arwan, M.Ag            | 32) Alaidin, S.HI                   |
| 11) Dr. Yasril Yazid, Mis       | 33) Yefni, S.Ag, M.Si               |
| 12) Drs, Suhaimi D, M.Si        | 34) Vera Sardila, S.pd, M.pd        |
| 13) Drs. H. Abdul Rachman, M.Si | 35) Zulamri, S,Ag, M.Ag             |
| 14) Drs. Syahril Romli, M.Ag    | 36) Muhammad Ridlo ZA, SIp          |
| 15) Miftahuddin, M,Ag           | 37) Dr. Masrun, MA                  |
| 16) Rosmita, M.Ag               | 38) Yudi Martha Nugraha, S. Sn,M.Si |
| 17) Musfialdy, S.Sos            | 39) Amri Hidayat Syarif, M.Si       |
| 18) Titi Antin, S.Sos, M.Si     | 40) Muhammad Badri, SP, M.Si        |
| 19) Dra. Atjih Sukaesih, M.Si   | 41) Rafdeadi, S.Sos.I, MA           |
| 20) Zulkarnaini, M.Ag           | 42) Rahmad, S.Pd, M.Pd              |



21) Dr. Nurdin, MA

43) Dewi Sukartik, M.Sc

22) Aslati, M.Ag

44) Kodarni, S.ST, M.Pd

45) Azni, S.Ag, M.Ag

46) Toni Hartono, M.Si

47) Yantos, S.Ip, M.Si

**D. Struktur Organisasi fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Adapun Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai Berikut :**

- 1) Senat Fakultas
- 2) Dekan dan Pembantu Dekan
- 3) Ketua Jurusan
- 4) Tata Usaha
- 5) Dosen/Staf pengajar
- 6) Mahasiswa



### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

Pada bab ini penulis akan menyajikan data yang diperoleh dari angket yang telah disebarakan dan diisi oleh responden. Bentuk penyajian ini tentang pengaruh berita Infotainment Kiss terhadap gaya hidup mahasiswi (Studi Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau). Penelitian ini bersifat korelasi antara dua variabel dimana metode yang digunakan program aplikasi SPSS 16 yang terdiri dari tiga bagian penyajian data yaitu identitas responden sebanyak 2 instrumen. Variabel X (Berita Infotainment Kiss) sebanyak 12 instrumen, dan Variabel Y (Gaya hidup mahasiswi) sebanyak 14 instrument. Adapun data – data tersebut adalah sebagai berikut :

#### **A. Identitas Responden**

Identitas Responden merupakan syarat utama untuk menentuka karakteristik maupun latar belakang responden dalam penelitian ini. Dari 66 responden maka diperoleh karakteristik berdasarkan data – data sebagai berikut :

##### **1. Jenis kelamin**

Tabel III. 1

Identitas Responden

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
Perempuan	66	100 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada alternative jawaban mahasiswi terdapat 100 %, dari 66 responden yang diteliti adalah Perempuan.

##### **2. Tingkat Umur**

Umur merupakan faktor yang penting untuk menentukan identitas responden dalam penelitian ini. Tabel berikut ini menunjukkan tingkat umur responden pada mahasiswi ilmu komunikasi angkatan 2010 Universitas Islam Negeri Syultan Syarim Kasim Riau.

### III.2

#### Umur Responden

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
19 Tahun	3	6,12 %
20 Tahun	17	34,69 %
21 Tahun	25	33,78 %
22 Tahun	18	24,32 %
23 Tahun	3	6,12 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada alternative jawaban 19 Tahun terdapat 3 orang responden atau 6,12%, 17 orang responden atau 34,69% menyatakan 20 Tahun, 25 orang responden atau 33,78% menyatakan 21 Tahun, 18 orang responden atau 24,32% menyatakan 22 tahun, 3 orang responden 6,12% menyatakan 23 tahun. Maka dapat disimpulkan jawaban tentang umur responden, yang paling tinggi jawaban adalah 21 tahun (33,78%).

#### B. Variabel X (Berita Infotainment Kiss)

Tabel III.3

#### Mengetahui Tentang Acara Berita Infotainment Kiss

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat mengetahui	15	22,7 %
Mengetahui	30	45,5 %
Cukup mengetahui	17	25,8 %
Kurang mengetahui	3	4,5 %
Tidak mengetahui	1	1,5 %

Jumlah	66	100 %
--------	----	-------

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 15 responden atau 22,7 % yang menjawab sangat mengetahui, 30 responden atau 45,5 % yang menjawab mengetahui, 17 responden atau 25,8 % yang menjawab cukup smengetahui, 3 responden atau 4,5 % yang menjawab kurang mengetahui, 1 responden atau 1,5 % yang menjawab tidak mengetahui. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah Mengetahui yaitu 30 responden dengan persentase 45,5 %.

**Tabel III.4**

**Dalam Seminggu Menonton Infotainment Kiss**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Lebih dari empat kali	21	31,8 %
Empat kali	21	31,8 %
Tiga kali	10	15,2 %
Dua kali	4	6,1 %
Satu kali	10	15,2 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 21 responden atau 31,8 % yang menjawab menonton lebih dari empat kali, 21 responden atau 31,8 % yang menjawab empat kali, 10 responden atau 15,2 % yang menjawab tiga kali, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab dua kali, 10 responden atau 15,2 % yang menjawab satu kali. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah lebih dari empat kali 21 responden atau 31,8 %, dan empat kali 21 responden atau 31,8 %.

**Tabel III.5**

**Waktu Menonton Infotainment Kiss**

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
30 - 1 Jam	21	31,8 %
20 – 30 Menit	17	21,2 %
15 – 20 Menit	14	21,2 %
10 - 15 Menit	6	9.1 %
5 - 10 Menit	8	12.1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 21 responden atau 31,8 % yang menjawab 30 – 1 Jam, 17 responden atau 21,2 % yang menjawab 20 – 30 menit, 14 responden atau 21,2 % yang menjawab 15 - 20, 6 responden atau 9,1 % yang menjawab 10 – 15 menit, 8 responden atau 12,1 % yang menjawab 5 – 10 menit Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah 30 – 1 jam yaitu 21 responden dengan persentase 31,8 %.

**Tabel III.6**

Waktu Penayangan Infotainment Kiss sudah sesuai dengan waktu yangditetapkan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	31	47,0 %
Setuju	19	28,8 %
Cukup setuju	13	21,6 %
Kurang setuju	2	3.0 %
Tidak setuju	1	1,5 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 31 responden atau 47,0 % yang menjawab sangat setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab setuju, 13 responden atau 21,6 % yang menjawab Cukup setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab kurang setuju, 1 responden atau 1,5 % yang menjawab tidak setuju.

Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah Sangat setuju yaitu 31 responden dengan persentase 47,0 %.

Tabel III.7

Infotainment Kiss Menayangkan Durasi Acara yang tidak membosankan

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	19	28,8 %
Setuju	27	40,9 %
Cukup setuju	15	22,7 %
Kurang setuju	4	6,1 %
Tidak setuju	1	1,5 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 19 responden atau 28,8 % yang menjawab sangat setuju, 27 responden atau 40,9 % yang menjawab setuju, 15 responden atau 21,6 % yang menjawab Cukup setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab kurang setuju, 1 responden atau 1,5 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah setuju yaitu 27 responden dengan persentase 40,9 %.

Tabel III.8

Menyukai gaya bicara Presenter berita Infotainment Kiss

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	26	39,4 %
Setuju	23	34,8 %
Cukup setuju	12	18,2 %
Kurang setuju	2	3,0 %
Tidak setuju	3	4,5 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 26 responden atau 39,4 % yang menjawab sangat setuju, 23 responden atau 34,8 %

yang menjawab setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab Cukup setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab kurang setuju, 3 responden atau 4,5 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 26 responden dengan persentase 39,4 %.

Tabel III.9

Tertarik dengan Gaya Pakaian Artis yang ada di Infotainment Kiss

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	22	33,3 %
Setuju	11	16,7 %
Cukup setuju	19	28,8 %
Kurang setuju	6	9,1 %
Tidak setuju	8	12,1 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 22 responden atau 33,3 % yang menjawab sangat setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab Cukup setuju, 6 responden atau 9,1 % yang menjawab kurang setuju, 8 responden atau 12,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 22 responden dengan persentase 33,3 %.

Tabel III.10

Tayangan Berita Infotainment Kiss seperti perceraian, perselingkuhan, pernikahan, pembunuhan, prestasi para selebritis bisa menambah pengetahuan.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	31	47,0 %
Setuju	19	28,8 %



Cukup setuju	7	10,6 %
Kurang setuju	6	9,1 %
Tidak setuju	3	4,5 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 31 responden atau 47,0 % yang menjawab sangat setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab Cukup setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab kurang setuju, 3 responden atau 4,5 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 31 responden dengan persentase 47,0 %.

Tabel III.11

Infotainment Kiss Memberikan hal – hal baru yang terjadi di dunia Selebritis.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	25	37,9 %
Setuju	22	33,3 %
Cukup setuju	15	22,7 %
Kurang setuju	2	3,0 %
Tidak setuju	2	3,0 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 25 responden atau 37,9 % yang menjawab sangat setuju, 22 responden atau 33,3 % yang menjawab setuju, 15 responden atau 22,7 % yang menjawab Cukup setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab kurang setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 25 responden dengan persentase 37,9 %.

Tabel III.12

Infotainment Kiss memberitakan Fakta – fakta yang terjadi di dunia Entertainment

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	27	40,9 %
Setuju	20	30,3 %
Cukup setuju	10	15,2 %
Kurang setuju	5	7,6 %
Tidak setuju	4	6,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 27 responden atau 40,9 % yang menjawab sangat setuju, 20 responden atau 30,3 % yang menjawab setuju, 10 responden atau 15,2 % yang menjawab Cukup setuju, 5 responden atau 7,6 % yang menjawab kurang setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 27 responden dengan persentase 40,9 %

Tabel III.13

Berita Infotainment Kiss Merupakan Salah satu Infotainment yang Menarik

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	26	39,4 %
Setuju	25	37,9 %

Cukup setuju	11	18,3 %
Kurang setuju	2	3,0 %
Tidak setuju	2	3,0 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 26 responden atau 39,4 % yang menjawab sangat setuju, 25 responden atau 37,9 % yang menjawab setuju, 11 responden atau 18,3 % yang menjawab Cukup setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab kurang setuju, 2 responden atau 3,0 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 26 responden dengan persentase 39,4 %.

Tabel III.14

Infotainment Kiss mengajak untuk selalu Menonton acara tersebut

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	18	27,3 %
Setuju	24	36,4 %
Cukup setuju	13	19,7 %
Kurang setuju	7	10,6 %
Tidak setuju	4	6,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 18 responden atau 27,3 % yang menjawab sangat setuju, 24 responden atau 36,4 % yang menjawab setuju, 13 responden atau 19,7 % yang menjawab Cukup setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab kurang setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah setuju yaitu 24 responden dengan persentase 36,4 %.

### C. Variabel Y (Gaya Hidup)

Tabel III.15

Menggunakan Pakaian Tren masa kini seperti layaknya Selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	18	27,3 %
Setuju	11	16,7 %
Cukup setuju	23	34,8 %
Kurang setuju	11	16,7 %
Tidak setuju	3	4,5 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 18 responden atau 27,3 % yang menjawab sangat setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab setuju, 23 responden atau 34,8 % yang menjawab Cukup setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab kurang setuju, 3 responden atau 4,5 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah cukup setuju yaitu 23 responden dengan persentase 34,8%

Tabel III.16

Menggunakan Bahasa Gaul

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	12	18,2 %
Setuju	19	28,8 %
Cukup setuju	14	21,2 %
Kurang setuju	16	24,2 %
Tidak setuju	5	7,6 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 12 responden atau 18,2 % yang menjawab sangat setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab setuju, 14 responden atau 21,2 % yang menjawab Cukup setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab kurang setuju, 5 responden atau 7,6 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah setuju yaitu 19 responden dengan persentase 28,8 %.

Tabel III.17

Meniru gaya potong rambut para selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	19	28,8 %
Setuju	13	19,7 %
Cukup setuju	18	27,3 %
Kurang setuju	12	18,2 %
Tidak setuju	4	6,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 19 responden atau 28,8 % yang menjawab sangat setuju, 13 responden atau 19,7 % yang menjawab setuju, 18 responden atau 27,3 % yang menjawab Cukup setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab kurang setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 19 responden dengan persentase 28,8 %

Tabel III.18

Memakai Aksesoris Seperti Jam, Gelang, Cincin, Kalung layaknya Aksesoris yang pernah dipakai oleh Selebritis diinfotainment Kiss

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	15	22,7 %
Setuju	19	28,8 %
Cukup setuju	16	24,2 %
Kurang setuju	12	18,2 %
Tidak setuju	4	6,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 15 responden atau 27,7 % yang menjawab sangat setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab setuju, 16 responden atau 24,2% yang menjawab Cukup setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab kurang setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah setuju yaitu 19 responden dengan persentase 28,8 %

Tabel III.19

Memakai Aksesoris Seperti Menggunakan Soflen Mata, Bulu Mata Palsu

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	10	15,2 %
Setuju	14	21,2 %
Cukup setuju	12	18,2 %
Kurang setuju	19	28,8 %
Tidak setuju	11	16,7 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 10 responden atau 15,2 % yang menjawab sangat setuju, 14 responden atau 21,2 % yang menjawab setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab Cukup setuju, 19 responden

atau 28,8 % yang menjawab kurang setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah skurang setuju yaitu 19 responden dengan persentase 28,8 %

Tabel III.20

Membeli Barang – Barang Bermerk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	16	24,2 %
Setuju	15	22,7 %
Cukup setuju	16	24,2 %
Kurang setuju	11	16,7 %
Tidak setuju	8	12,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 16 responden atau 24,2 % yang menjawab sangat setuju, 15 responden atau 22,7 % yang menjawab setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab Cukup setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab kurang setuju, 8 responden atau 12,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 16 responden dengan persentase 24,2 %.

Tabel III.21

Mengoleksi Sepatu Bermerk

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
--------------------	-----------	----------------

Sangat setuju	21	31,8 %
Setuju	16	24,2 %
Cukup setuju	19	28,8 %
Kurang setuju	6	9,1 %
Tidak setuju	4	6,1 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 21 responden atau 31,8 % yang menjawab sangat setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab setuju, 19 responden atau 28,8% yang menjawab Cukup setuju, 6 responden atau 9,1 % yang menjawab kurang setuju, 4 responden atau 6,1 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 21 responden dengan persentase 31,8 %.

Tabel III.22

Meniru Gaya Berjilbab Para Selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	14	21,2 %
Setuju	9	13,6 %
Cukup setuju	16	24,2 %
Kurang setuju	9	13,6 %
Tidak setuju	18	27,3 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 14 responden atau 21,2 % yang menjawab sangat setuju, 9 responden atau 13,6 % yang menjawab setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab Cukup setuju, 9 responden atau 13,6 % yang menjawab kurang setuju, 18 responden atau 27,3 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah tidak setuju yaitu 18 responden dengan persentase 27,3 %.



Tabel III.23

## Mengikuti GayaHidup Mewah Seperti Selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	19	28,8 %
Setuju	14	21,2 %
Cukup setuju	13	19,7 %
Kurang setuju	16	24,2 %
Tidak setuju	3	4,5 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 19 responden atau 28,8 % yang menjawab sangat setuju, 14 responden atau 21,2 % yang menjawab setuju, 13 responden atau 19,7 % yang menjawab Cukup setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab kurang setuju, 3 responden atau 4,5 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju yaitu 19 responden dengan persentase 28,8 %.

Tabel III.24

## Memakai Perhiasan yang Mewah Seperti Selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	9	13,6 %
Setuju	23	34,8 %
Cukup setuju	19	28,8 %
Kurang setuju	8	12,1 %
Tidak setuju	7	10,6 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 9 responden atau 13,6 % yang menjawab sangat setuju, 23 responden atau 34,8 % yang

menjawab setuju, 19 responden atau 28,8 % yang menjawab Cukup setuju, 8 responden atau 12,1 % yang menjawab kurang setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah setuju yaitu 23 responden dengan persentase 34,8 %.

Tabel III.25

Meniru Cara Bermake-up Para Selebritis

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	12	18,2 %
Setuju	11	16,7 %
Cukup setuju	16	24,2 %
Kurang setuju	15	22,7 %
Tidak setuju	12	18,2 %
Jumlah	66	100 %

Sumber : Data Olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 12 responden atau 18,2 % yang menjawab sangat setuju, 11 responden atau 16,7 % yang menjawab setuju, 16 responden atau 24,2 % yang menjawab Cukup setuju, 15 responden atau 22,7 % yang menjawab kurang setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah cukup setuju yaitu 16 responden dengan persentase 24,2 %

Tabel III.26

Bersentuhan Dengan Orang Tanpa Mukhrim

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	20	30,3 %
Setuju	21	31,8 %
Cukup setuju	10	15,2 %
Kurang setuju	8	12,1 %

Tidak setuju	7	10,6 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 20 responden atau 30,3% yang menjawab sangat setuju, 21 responden atau 31,8% yang menjawab setuju, 10 responden atau 15,2 % yang menjawab Cukup setuju, 8responden atau 12,1% yang menjawab kurang setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalahsetuju yaitu 21 responden dengan persentase 30,8 %.

Tabel III.27

BerpeganganTangan didepan Umum/tidak Umum

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	24	36,4%
Setuju	14	21,2 %
Cukup setuju	7	10,6 %
Kurang setuju	12	18,2 %
Tidak setuju	9	13,6 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 24 responden atau 36,4 % yang menjawab sangat setuju, 14 responden atau 21,2 % yang menjawab setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab Cukup setuju, 12 responden atau 18,2% yang menjawab kurang setuju, 9 responden atau 13,6 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalah sangat setuju setuju yaitu 24 responden dengan persentase 36,4 %.

Tabel.28

Berpelukan ditempat Umum/tidak Umum.

Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat setuju	14	21,2 %
Setuju	23	34,8 %
Cukup setuju	10	15,2 %
Kurang setuju	7	10,6 %
Tidak setuju	12	18,2 %
Jumlah	66	100 %

*Sumber : Data Olahan 2013*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 66 responden yang diteliti, maka dapat diketahui 14 responden atau 21,2 % yang menjawab sangat setuju, 23 responden atau 34,8 % yang menjawab setuju, 10 responden atau 15,2 % yang menjawab Cukup setuju, 7 responden atau 10,6 % yang menjawab kurang setuju, 12 responden atau 18,2 % yang menjawab tidak setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban responden yang paling tinggi adalahsetuju yaitu 23 responden dengan persentase 30,3 %.

## **BAB IV**

### **ANALISA DATA**

Pada bab ini penulis akan menganalisa data yang diperoleh dari penyajian data, analisa data ini untuk mempermudah dalam menjawab permasalahan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh berita Infotainment Kiss terhadap Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010). Analisis data yang penulis gunakan ialah dengan metode kuantitatif yaitu berupa analisa yang berupa angka-angka dan akan dijelaskan dari angka-angka tersebut.

Penulis menggunakan rumus korelasi product moment. Adapun tujuan dari analisa data ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya. Penulis telah melakukan penyajian setelah diakumulasikan dan di itemkan dengan memberikan nilai pada masing-masing jawaban yang telah disebarkan dan diisi maka penulis dapat mengolah hasil dari angket tersebut.

#### **A. Uji Validitas dan Reabilitas**

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan alat bantu SPSS 16.0 dengan menggunakan nilai alpha sebesar 0,5% dari seluruh responden yang berjumlah 66 orang.

##### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X (Berita Infotainment Kiss)**

a. Uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner atau angket. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut, (Imam Ghazali, 2005:45). Cara yang paling banyak dipakai untuk mengetahui validitas suatu alat pengukur adalah dengan cara mengkorelasikan antara *score* yang diperoleh pada masing – masing item (pertanyaan atau pernyataan) dengan *score* total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi *correlations product moment*. Penguji menggunakan program aplikasi SPSS versi 16.00 dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing – masing pertanyaan dalam *score* total. Nilai korelasi atau  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel korelasi  $r_{tabel}$ , untuk *degree of freedom* (df) = n, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini sampel berjumlah 66. Sehingga dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung sebesar dengan  $df = 70$  maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0.232 (  $\alpha = 5\%$  ).

Tabel IV.1

Nilai validitas variabel X (Berita Infotainment Kiss)

No.	Pernyataan	<i>Corected Item Total Corelation (<math>r_{hitung}</math>)</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Anda mengetahui berita infotainment Kiss	0,294	0.232	Valid
2	Berapa kali dalam seminggu anda menonton acara Infotainment Kiss	0,277	0.232	Valid
3	Berapa menit anda menonton acara Infotainment Kiss.	0,390	0.232	Valid
4	Menurut anda waktu penayangan infotainment kiss sudah sesuai dengan waktu yang ditetapkan	0,416	0.232	Valid
5	Menurut anda infotainment kiss menayangkan durasi acara yang tidak membosankan	0,295	0.232	Valid
6	Anda menyukai gaya bicara presenter berita infotainment Kiss	0,428	0.232	Valid
7	Anda tertarik dengan gaya pakaian artis yang ada diinfotainment kiss	0,502	0.232	Valid
8	Menurut anda Tayangan berita infotainment kiss seperti perceraian, perselingkuhan, pernikahan, pembunuhan, prestasi para selebritis bisa menambah pengetahuan	0,380	0.232	Valid
9	Menurut anda Infotainment Kiss memberitakan hal-hal baru yang terjadi di dunia Selebritis	0,493	0.232	Valid
10	Menurut anda infotainment kiss memberitakan fakta – fakta yang terjadi di dunia Entertainment	0,518	0.232	Valid
11	Menurut anda Berita infotainment kiss merupakan	0,426	0.232	Valid

	salah satu infotainment yang menarik untuk dilihat			
12	Acara infotainment kiss mengajak anda untuk selalu menonton acara tersebut	0,271	0.232	Valid

*Sumber : Data Olahan 2013*

Dari tabel IV.1 dapat diketahui bahwa 12 pernyataan untuk variabel X (Berita Infotainment Kiss) yang nilai *correlations product moment* dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  (*correlations product moment* tabel) sebesar 0,232 sehingga dapat dikatakan pernyataan-pernyataan tersebut valid.

#### b. Uji reabilitas

Uji realibilitas adalah sebagai alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel. Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Imam Ghozali, 2005:41).

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya dan baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5 %, jika  $r_{\text{alpha}} > 0,6$  maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel IV.2

Nilai reabilitas variabel X (Berita Infotainment Kiss)



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	12

Sumber : Hasil Olahan Data SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai *Croanbach's Alpha* Berita Infotainment Kiss 0.754 . Hal ini berarti bahwa, nilai ini telah melewati syarat untuk realibilitas karena memiliki korelasi > dari 0.6 atau diatas 60%. Maka dapat dikatakan bahwa Berita Infotainment Kiss teruji realibilitasnya.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y (Gaya Hidup)

### a. Uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner atau angket. Suatu angket dikatakan valid jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut, (Imam Ghazali, 2005:45). Cara yang paling banyak dipakai untuk mengetahui validitas suatu alat pengukur adalah dengan cara mengkorelasikan antara *score* yang diperoleh pada masing – masing item (pertanyaan atau pernyataan) dengan *score* total haruslah signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi *correlations product moment*. Penguji menggunakan program aplikasi SPSS versi 16.00 dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing – masing pertanyaan dalam *score* total. Nilai korelasi atau  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan tabel korelasi  $r_{tabel}$ , untuk *degree of freedom* (df) = n, dalam hal ini n

adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini sampel berjumlah 66. Sehingga dalam penelitian ini besarnya df dapat dihitung sebesar dengan  $df = 70$  maka diperoleh  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0.232 ( $\alpha = 5\%$ ).

Tabel IV.3

Nilai validitas variabel Y (Gaya Hidup)

No.	Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation (<math>r_{\text{hitung}}</math>)</i>	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
1	Anda menggunakan pakaian tren masa kini seperti layaknya selebritis	0.258	0.232	Valid
2	Anda menggunakan bahasa gaul dalam berbicara sehari-hari	0.400	0.232	Valid
3	Anda meniru gaya potongan rambut para selebritis yang pernah anda lihat diacara Infotainment Kiss.	0,309	0.232	Valid
4	Anda memakai aksesoris seperti jam, gelang, cincin kalung layaknya aksesoris yang pernah dipakai oleh selebritis diinfotainment kiss	0.335	0.232	Valid
5	Anda memakai aksesoris seperti menggunakan, soflen Mata, bulu mata palsu layaknya selebriti bergaya	0.304	0.232	Valid
6	Anda suka meniru selebritis yang anda lihat diinfotainment kiss membeli barang – barang yang bermerk	0.443	0.232	Valid
7	Anda suka mengoleksi sepatu yang bermerk mengikuti kebiasaan para selebritis dalam mengoleksi sepatu kesayangannya	0.257	0.232	Valid
8	Anda meniru gaya berjilbab para selebritis yang pernah	0.265	0.232	Valid

	anda lihat diacara infotainment kiss?			
9	Anda suka mengikuti gaya hidup mewah seperti selebritis yang anda lihat diinfotainment kiss	0,322	0.232	Valid
10	Anda memakai perhiasan yang mewah seperti layaknya artis yang pernah anda lihat diinfotainment kiss	0.247	0.232	Valid
11	Anda meniru cara berMakeup para selebritis yang pernah anda lihat diinfotainment kiss	0.411	0.232	Valid
12	Anda tidak sungkan untuk bersentuhan dengan orang tanpa mukhrim	0.360	0.232	Valid
13	Anda meniru gaya selebritis yang tidak sungkan untuk berpegangan tangan didepan umum/tidak umum.	0.259	0.232	Valid
14	Anda meniru gaya selebriti yang berpelukan di tempat umum/tidak umum	0.278	0.232	Valid

Sumber : Data Olahan 2013

Dari tabel IV.3 dapat diketahui bahwa 14 pernyataan untuk variabel Y (Gaya hidup) yang nilai *correlations product moment* dari masing-masing pernyataan lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$  (*correlations product moment* tabel) sebesar 0,232 sehingga dapat dikatakan pernyataan-pernyataan tersebut valid.

#### b. Uji reliabilitas

Uji realibilitas adalah sebagai alat untuk mengukur suatu angket yang merupakan indikator dari variabel. Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Imam Ghozali, 2005:41).

Uji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dipercaya dan baik digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5 %, jika  $r_{\alpha} > 0,6$  maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

Tabel IV.4

Nilai reabilitas variabel Y (Gaya Hidup)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.730	14

Sumber

Berdasarkan tabel IV.4 diatas, terlihat bahwa nilai *Croanbach's Alpha* gaya hidup sebesar 0.730. Hal ini berarti bahwa, nilai ini telah melewati syarat untuk realibilitas karena memiliki korelasi  $>$  dari 0.6 atau diatas 60%. Maka dapat dikatakan bahwa gaya hidup teruji realibilitasnya.

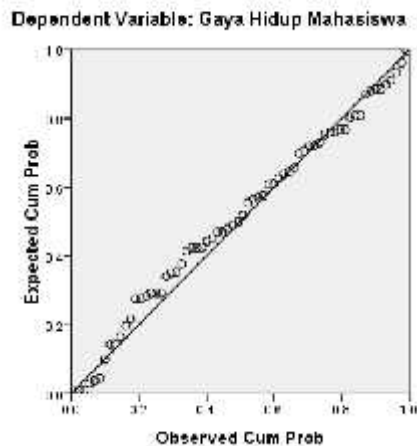
## B. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal atau mendekati normal. Normalitas dapat dideteksi

dengan menggunakan uji statistik yaitu *Kolmogorov-Smirnov Test*. Deteksi normalitas dilihat dengan menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standar Residual*

Tabel IV.5

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Dari chart normal P-P Plot of Regressions Standardized Residual terlihat bahwa data-data menyebar disekitar garis diagonal, serta uji normalitas penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

### C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :  $Y = a + bX$

Tabel 1V.6

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.788	8.162		3.405	.001
Berita infotainment					
Kiss	.397	.175	.273	2.272	.026

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Mahasiswa

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS 16

Persamaan regresi dari hasil perhitungan statistik didapat sebagai berikut:

$$Y = 27.788 + 0.397 X$$

Arti persamaan regresi linier tersebut adalah:

- a. Konstanta sebesar 27.788 menyatakan bahwa jika variabel independen tetap, maka variabel dependen adalah sebesar 27.788.

- b. Koefisien regresi  $X = 0.397$ , menunjukkan bahwa berita Infotainment Kiss (X) berpengaruh terhadap Gaya hidup (Y). Artinya, jika setiap kali variabel Berita Infotainment Kiss (X) meningkat sebesar 1%, maka variabel gaya hidup (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.397 %.

#### **D. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Analisis Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kecocokan garis regresi yang berbentuk dalam mewakili kelompok data observasi, perlu dilihat sampai seberapa jauh model yang terbentuk mampu menerangkan kondisi yang sebenarnya. Dalam analisis regresi dikenal dengan nama koefisien determinasi ( $R^2$ ). Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X (Berita Infotainment Kiss) dapat dilihat dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel X (Berita Infotainment Kiss) terhadap variabel terhadap variabel Y (Gaya Hidup), (Djarwanto dan Pangestu S, 2011:191). Apabila  $R^2$  mendekati angka satu berarti terdapat hubungan yang kuat.

Hasil yang diperoleh dengan menggunakan program statistik terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.7

#### **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.273 <sup>a</sup>	.075	.060	8.455	.075	5.162	1	64	.026

a. Predictors: (Constant), Berita infotainmentKiss

b. Dependent Variable: Gaya HidupMahasiswi

*Sumber* : Hasil Data Olahan SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka  $R^2$  (R Square) senilai 0,075 atau (7,5%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase **pengaruh variabel berita infotainment kiss terhadap variabel gaya hidup senilai 7,5 %**. Atau variasi berita infotainment kiss yang digunakan dalam penelitian ini mampu menjelaskan senilai 7,5 % variasi variabel gaya hidup Sedangkan sisanyasenilai 92,5 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini (Sugiono, 2005:216).

### **E. Pengujian Signifikan Uji F**

Uji F ini bertujuan untuk menentukan signifikan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent, (Djarwo dan Pangestu S, 2011:268). Analisis dilakukan untuk menguji apakah variabel X (berita infotainment kiss) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (gaya hidup). Maka dilakukan uji signifikan dan uji hipotesa terhadap koefisien regresi yaitu :

1. Jika  $F\text{-hitung} > F\text{ tabel}$ , maka  $H_0$  di tolak yang berarti variabel independent secara signifikan mempengaruhi variabel dependent.



2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel independent secara signifikan tidak dipengaruhi variabel dependent.

Dari hasil analisis statistik dengan program aplikasi SPSS 16 diperoleh analisis ANOVA sebagai berikut :

Tabel IV. 8

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	369.000	1	369.000	5.162	.026 <sup>a</sup>
	Residual	4574.818	64	71.482		
	Total	4943.818	65			

a. Predictors: (Constant), Berita infotainment Kiss

b. Dependent Variable: Gaya Hidup Mahasiswi

*Sumber* : Hasil Data Olahan SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa secara keseluruhan nilai F hitung sebesar 5.162 sedangkan F tabel pada taraf signifikan ( $\alpha = 5\%$ ), 5-1:100-5 atau pada ANOVA terlihat nilai signifikan 0,001 untuk seluruh variabel, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya yaitu bahwa secara bersama – sama berita infotainment Kiss mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

Gaya Hidup mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010)

## F. Pengujian Signifikan Uji t

Uji t merupakan pengujian statistik yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial atau individu, (Djarwanto dan Pangerstu S, 2011:191). Maka dapat dilakukan uji statistik t dengan langkah – langkah sebagai berikut :

1.  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara individual terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.
2.  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya secara individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent terhadap variabel dependent.

Tabel IV. 9

Hasil Perhitungan Uji t

Variabel	T hitung	T Tabel	Sig
Berita Infotainment Kiss	2.272	2.00	0.001

Sumber :Data olahan 2013

Berdasarkan tabel diatas dapat dibentuk sebuah persamaan regresi linear sederhana yang akan menjelaskan arah pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Berdasarkan pengujian terhadap variabel independent (berita infotainment kiss) terdapat  $t_{hitung}$   $2.272 > t_{tabel}$  2.00 maka  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Berita Infotainment Kiss dengan Gaya hidup Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010)



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang telah dilakukan maka penulis menarik kesimpulan yaitu Untuk persamaan regresi linier sederhana yang di analisa dengan menggunakan rumus  $Y = a + bX$  /  $Y = 27,788 + 0.397 X$ , Berdasarkan hasil perhitungan dari program aplikasi SPSS diperoleh nilai koefisien untuk nilai X yaitu 0,397 artinya apabila Berita Infotainment Kiss meningkat sebesar 1 % maka akan meningkatkan Gaya Hidup Mahasiswi jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010 sebesar 0,397 %. Persamaan regresi tersebut menunjukkan koefisien regresi bertanda positif (+). Dimana hal ini berarti bahwa Berita Infotainment Kiss Berpengaruh terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010).

Berdasarkan hasil perhitungan koefesien determinasi diperoleh nilai  $R^2$  berarti hubungan keeratan antara variabel X (infotainment kiss) dan variabel Y (gaya hidup) **Sedikit mempunyai Pengaruh dengan jumlah nilai 7,5 %** variabel Gaya Hidup Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 ditentukan oleh variabel bebas yaitu Berita Infotainment Kiss. Sedangkan **92,5%** dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil perhitungan uji  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  dibentuk sebuah persamaan regresi linear sederhana yang menjelaskan pengaruh dari variabel bebas X terhadap variabel Y. Pengujian terhadap variabel bebas X (Berita Infotainment

Kiss) terdapat  $t_{\text{hitung}} 2.272 > t_{\text{tabel}} 2.00$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. artinya ada pengaruh yang signifikan antara Berita Infotainment Kiss Terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syultan Syarif Kasim Riau (jurusan ilmu komunikasi angkatan 2010).

## **B. Saran**

Setelah disimpulkan dari hasil penelitian, penulis dapat memberikan saran-saran. Adapun saran-saran tersebut antara lain yaitu :

1. Acara Infotainment Kiss yang disiarkan oleh Indosiar dapat memberikan kewaspadaan terhadap gaya hidup yang glamor seperti gaya para selebritis.
2. Mahasiswi diharapkan dapat memilih acara infotainment yang menampilkan tentang prestasinya mereka para selebritis, bukan meniru gaya hidup selebritisnya.
3. Semoga dalam penelitian ini mahasiswi fakultas dakwah dan ilmu komunikasi angkatan 2010 dapat membimbing dirinya sendiri ke arah gaya hidup yang lebih positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton, Moeleno. 1987, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan Balai Pustaka.
- Arikunto, suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Praktek Rineka Cipta.
- Basuki, Sulistyo. 1983. *Tehnik dan Jasa Dokumentasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 1.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangra, Hafied. 2000. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PTRaja Grafindo Persada.
- Chaney, David. 1996. *Life Style*. Bandung: Jalasutra Anggota IKAPI
- Effendy, Onong Unchana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Cipta Aditya Bakti.
- Djarwanto, dkk. 2011, *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE
- Djuroto, totok. 2000. *Manajemen Penerbitan Pers*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Drajat, Zakiah. 1986. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2005., *Metode Penelitian Skripsi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Haryanto, Ignatius. 2005. *Aku Selebriti Makannya Aku Penting*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Analisis regresi*. Yogyakarta: P2LPK.
- Hasan, iqbal. 2008. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mila, Day. 2004. *Buku Pintar Televisi, Trilogi Library*.

- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mufrikah, 2010. *Pengaruh Iklan Rokok dimedia Televisi Terhadap Perilaku Merokok Remaja Awal (Studi Terhadap Siswa SMP Negeri 2 Dayun Kab. Siak)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ilmu komunikasi.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press  
Nadhirin.blogspot.com 2013.
- Riduan, Sunarto. 2009, *Pengantar Statistika (Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis)*. Bandung : Alfabeta
- Rousdy, Lathief. 1989. *Dasar-Dasar Rethorika Komunikasi dan Informasi*. Medan: Firman Rainbow.
- Roger, Everett M. 1985 *Komunikasi Pembangunan*, Jakarta: LP3ES
- Soetomanto, Wasty. 1998. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tika, Moh. Pabudu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- <http://www.radarbangka.co.id/Rubrik/detail/persepektif/7989/gaya-hidup-artis.html>  
Senen 4 Februari 2013
- <http://tonymisye.blogspot.com/2013/04/nilai-nilai-individu-dan-sikap-kerja.html>
- <http://sosiologibudaya.wordpress.com/2013/04/18/gaya-hidup>.